

ABSTRAK

Perkembangan bisnis kosmetik sekarang ini mengalami persaingan yang semakin ketat, seiring dengan adanya pasar bebas yang melanda dunia. Berbagai macam produk kosmetik merek impor juga menyerbu pasar Indonesia, sehingga hal ini memicu produsen kosmetik untuk lebih cerdas dalam menjual produknya.

Penelitian ini berjudul "Pengaruh *Lifestyle*, *Word Of Mouth*, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Purbasari Di Surabaya" dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil secara random. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Lifestyle*, *Word Of Mouth*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian, dengan menggunakan metode Regresi Linier Berganda diperoleh persamaannya yaitu $Y = 0,881 + 0,320 X_1 + 0,214 X_2 + 0,232 X_3$ dimana variabel X_1 adalah *Lifestyle*, X_2 adalah *Word Of Mouth*, X_3 adalah *Brand Image* dan Y adalah Keputusan Pembelian. Untuk Uji Simultan diperoleh kesimpulan secara simultan *Lifestyle*, *Word Of Mouth*, Dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Untuk Uji parsial diperoleh kesimpulan secara parsial *Lifestyle*, *Word Of Mouth*, Dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Diperoleh nilai dari Koefisien determinasi yaitu sebesar 56,8 % dan variabel dominan adalah *Lifestyle*.

Kata Kunci : *Lifestyle*, *Word Of Mouth*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian